

## Confimprese: oltre 700 aperture e quasi 4.200 nuovi posti lavoro nel 2014

La ristorazione è il settore più vitale, discreto dinamismo anche per l'abbigliamento



C'è fermento tra le associate di Confimprese. Lo studio annuale dell'Osservatorio - condotto tra novembre e dicembre sull'intera base associativa - registra 726 nuovi punti vendita sia di proprietà sia in affiliazione per un totale di 4.167 nuovi posti di lavoro previsti per l'anno prossimo. "Il clima di fiducia è migliorato - dichiara Mario Resca, presidente Confimprese -, ma la propensione al consumo è molto bassa e l'86% degli italiani ritiene di non dover aprire il portafoglio se non per le spese indispensabili". Dall'indagine annuale emerge che, pur nella drammaticità del momento, "le nostre imprese fanno quadrato attorno alla forza del brand e sfruttano nel modo più ottimale i vantaggi della catena". Gli associati apriranno nuovi punti vendita nel 2014, ma in modo molto più contenuto rispetto al passato, con maggiore oculatezza nella scelta non solo delle location ma anche degli affiliati. È questa la forza del franchising, che anche in tempi di crisi, permette una maggiore tenuta dei fatturati e dell'affluenza in negozio, con una prevalenza marcata per la domenica, giorno in cui si effettua il 25% degli acquisti del totale settimanale.

Il settore più vitale è quello della ristorazione. I piani di sviluppo si mantengono sui livelli del 2013, a partire dal gruppo Cremonini che con il marchio Roadhouse Grill (46 locali all'attivo) sta bruciando le tappe di un'espansione serrata. Previste 20 aperture con 20 persone a locale (400 posti di lavoro). Non da meno Burger King: previsti 30 nuovi locali nel 2014 con 20 addetti ciascuno (600 in totale). Le location migliori sono quelle in prossimità della grande viabilità. Per Rossopomodoro i locali in apertura sono 15 di cui 4 all'estero tra Londra e Stati Uniti, dove il made in Italy è sempre molto richiesto. In totale saranno 110 i nuovi addetti. Nel 2014 nasceranno 50 supermercati a insegna Cook con 4 persone a punto vendita (200 in totale). Il Gruppo La Piadineria continuerà l'ampliamento con l'obiettivo di almeno 10 nuovi punti vendita, consolidando la presenza del marchio nel nord Italia (Lombardia, Veneto e Emilia) e nell'area di Roma. Il marchio Wok è fortemente sbilanciato sul canale travel retail (Stazione Termini a Roma, Santa Maria Novella a Firenze, outlet a Castel Romano e Barberino). La prossima apertura sarà alla stazione di Roma Tiburtina. Cristallizzata al momento la situazione per la ristorazione autostradale, schiacciata dal peso del rinnovo delle concessioni e della prima tornata di circa 77 gare che dovrebbe concludersi il 31 dicembre. Nel biologico, la catena Ecornaturasi ha una previsione di 15 nuove aperture, contando anche sul buon andamento del settore (+8%). Da registrare l'avvio delle catene targate Almaverdebio/Ki Group e Eurospin/Scotti. Nella cioccolateria buone previsioni per il gruppo Lindt, che ha inaugurato un nuovo format, quello di aperture temporanee, a Natale e a Pasqua, per sfruttare l'alta stagionalità del cioccolato.

Nel settore dell'abbigliamento i piani degli associati mostrano un discreto dinamismo, sia pure con un ridimensionamento rispetto agli anni precedenti. Original Marines ha aperto 24 negozi nel 2013 e altrettanti ne aprirà nel 2014. La carta vincente per l'azienda napoletana si gioca sull'estero, in Europa in particolare. Piazza Italia, nel corso del 2013 ha aperto 8 negozi Kids. Quanto all'abbigliamento in generale, il gruppo partenopeo prevede di aprire 40 negozi. Buone anche le prospettive sull'estero (Europa dell'Est e in Indonesia). Il gruppo Pianoforte Holding, che comprende Yamamay per l'intimo, Carpisa per la valigeria e Jacket per l'abbigliamento sportivo tecnico, aprirà un totale di 80 nuovi negozi in tutta Italia (240 addetti totali). Camomilla Italia ha in programma 11 aperture nel primo trimestre, di cui tre alle stazioni di Bologna, Venezia e all'aeroporto di Firenze. Per Kiabi, numero 1 in



Francia nel settore delle grandi taglie e per le donne in dolce attesa, le aperture saranno 4 (per un totale di 60 addetti). Nell'abbigliamento bambino, non si registrano cali di fatturati. Bimbo Store registra un +10% sulle vendite. Ha mantenuto i piani di sviluppo 2013 (11 nuovi punti vendita con una media di 14 persone ciascuno nel 2013) e prevede 14 nuove aperture per il 2014. Saranno 14 le aperture per Miniconf, cui fanno capo i marchi Sarabanda e Ido. Nelle calzature AW Lab (Gruppo Bata) aprirà tra 25 e 30 nuovi negozi con una media di 4 addetti a punto vendita.

Nella gioielleria Stroili Oro prevede un massimo di tre aperture con tre commesse per ciascun negozio. Nell'accessoristica/oggettistica Nau! conta su 20 aperture per un totale di 100 persone impiegate. A farla da padrone sono gli occhiali da sole. Per Thun i punti vendita dovrebbero essere una decina con tre addetti vendita ciascuno, mentre L'Erbolario prevede 20 nuovi piccoli negozi (60 persone in totale) prevalentemente nei centri storici delle città in un'ottica di riqualificazione dei centri urbani. Il settore dell'entertainment-giochi-tempo libero, che nei primi 8 mesi del 2013 ha perso a valore il 5,2%, si aspetta una leggera ripresa grazie all'arrivo di molte novità digitali e delle nuove console. Per Game Stop si parla di 10 nuovi punti vendita. Per le librerie, settore che ha registrato nei primi 8 mesi una leggera crescita dell'1,3% a valore, Mondadori Franchising dichiara 20 nuove aperture dopo le 27 del 2013 tra Mondadori ed Edicolò. La Feltrinelli prevede tre aperture per un totale di 15 persone impiegate. Ridimensionamento nell'immobiliare, dove Tecnocasa prevede di aprire 108 agenzie affiliate di cui 93 Tecnocasa e 15 Tecnorete con una media di 3-4 addetti a punto vendita. Frimm ne ha in programma 160 per un totale di 240 addetti. Nel settore poste KiPoint (Poste Italiane) ha rispettato i piani di budget: 10 i punti vendita aperti nel 2013 e a 13 quelli previsti per il 2014 con una media di due persone assunte per negozio.